

DİLEK YANKAYA • Yeni İslâmî Burjuvazi

DİLEK YANKAYA 2004'te Boğaziçi Üniversitesi Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Bölümü'nden mezun oldu. Yüksek lisans tezini Paris Siyasal Çalışmalar Enstitüsü'nde TÜSIAD ve AKP üzerine yaptı. Doktorasını 2011 yılında tamamlayan Yankaya, Paris 13, INALCO ve Paris Siyasal Çalışmalar Enstitüsü'nde siyaset bilimi, sosyoloji ve Türkiye üzerine dersler vermektedir. Türkiye çalışmalarının yanı sıra, Avrupa'daki Türk göçmenler ve Müslümanlarla ilgili araştırmalar yürütmektedir. 2002'de Gallimard tarafından yayımlanan *La nouvelle bourgeoisie islamique: Le modèle Turc*, Fransa'da, Comité France-Turquie Derneği tarafından yılın kitabı ödülüne layık görüldü.

*La nouvelle bourgeoisie islamique: Le modèle Turc*

© 2013 Presses Universitaires de France

İletişim Yayınları 1954 • Araştırma-İnceleme Dizisi 328

ISBN-13: 978-975-05-1420-3

© 2014 İletişim Yayıncılık A. Ş.

1. BASKI 2014, İstanbul

EDITÖR Ahmet Insel

YAYINA HAZIRLAYAN Can Belge

DIZI KAPAK TASARIMI Ümit Kıvanç

KAPAK Suat Aysu

UYGULAMA Hüsnü Abbas

DÜZELTİ Birhan Koçak

BASKI ve CILT Sena Ofset · SERTİFİKA NO. 12064

Litros Yolu 2. Matbaacılar Sitesi B Blok 6. Kat No. 4NB 7-9-11

Topkapı 34010 İstanbul Tel: 212.613 03 21

**İletişim Yayınları** · SERTİFİKA NO. 10721

Binbirdirek Meydanı Sokak, İletişim Han 3, Fatih 34122 İstanbul

Tel: 212.516 22 60-61-62 • Faks: 212.516 12 58

e-mail: iletisim@iletisim.com.tr • web: www.iletisim.com.tr

DİLEK YANKAYA

# Yeni İslâmî Burjuvazi Türkiye Modeli

*La nouvelle bourgeoisie islamique  
Le modèle Turc*

ÇEVİREN Melike Işık Durmaz





*“İnsanlığın tarihi, seçkinlerin  
sürekli yer deęiřtirmesinin tarihidir:  
Biri yükselirken biri çöker.”<sup>1</sup>*

---

1 Pareto, Vilfredo, *The Rise and the Fall of Elites: an application of theoretical sociology*, Totowa, N. J., Bedminster Press, 1968, s. 36.



## İÇİNDEKİLER

<i>Teşekkürlerimle...</i> .....	13
<b>GİRİŞ</b> .....	15
İslâmi burjuvazinin ortaya çıkışı .....	16
Araştırma konusu olarak işadamları .....	19
Burjuvazi sorunu .....	20
İslâm'la kurulan ilişkiyi incelemek .....	23
Terminoloji meselesi .....	24
İslâm ve ekonomi .....	27
İslâm ile modern kapitalizmin bütünleşmesi .....	32
BİRİNCİ BÖLÜM	
<b>KURULMA DÖNEMİ</b> .....	37
<b>KURUCU KADRO: İSLÂMÎ BURJUVAZİNİN     OLUŞMASINA DAİR ÜÇ ANLATI</b> .....	37
Cahit Bey ve siyasal mücadele .....	38
Faruk Bey ve entelektüel İslâmcılık .....	44
Murat Bey ve toplumsal İslâmcılık .....	49
<b>İSLÂMCI KARŞI-SEÇKİNLERDEN     İSLÂMÎ ÇIKAR GRUBUNA</b> .....	56
<b>1970: İslâmcı karşı-seçkinlerin oluşumu</b> .....	57
<i>İslâmî karşı-sermayenin oluşumu</i> .....	58

<i>İslâmî karşı-mekânlar</i> .....	60
<i>İslâmcı mobilizasyon</i> .....	62
<i>Toplumsal üstünlük kriteri olarak</i>	
<i>İslâm'la ilişkilene</i> .....	64
<b>1980: İslâmcı militanlardan İslâmî girişimcilere</b> .....	66
<i>İslâmcı hareketin parçalanması</i> .....	69
<i>1980'den itibaren zamanın ruhu içinde</i>	
<i>Türk-İslâm sentezinin yeri</i> .....	72
<b>İslâmî sermayenin kârlı hale getirilmesi</b> .....	73
<i>Özel sektörün gelişimi</i> .....	76
<i>"Anadolu Kaplanları"nın ortaya çıkışı</i> .....	78
<i>Esnek üretim sisteminin etkileri</i> .....	78
<i>Sosyal sermayenin işletmeye yeniden uyarlanması</i> .....	79
<i>İslâmî sosyal sermaye ve ekonomik faaliyetler</i> .....	82
<b>İslâmî sermayenin kârlılaştırılması</b> .....	84
<i>Siyasi iltimasçılık ve İslâmî yakınlıklar</i> .....	86
<i>İslâmî sermaye aracılığıyla ekonomik iltimasçılık</i> .....	87
<i>Dış ticaretin aracı olarak İslâmî sermaye</i> .....	87
<i>İslâmî sermayenin finansal kârlılığı</i> .....	88
<b>İslâmî çıkar gruplarının burjuvalaşması</b> .....	91
<b>İŞADAMLARI ÖRGÜTLENME ALANINA GİRİŞ</b> .....	94
<b>Şirket adına kolektif mobilizasyon</b> .....	95
<b>TÜSİAD'a muhalif tavır alma</b> .....	99
<b>Anadolu sermayesini temsil etmek</b> .....	102
<b>Klientalizm oyunları</b> .....	105

## İKİNCİ BÖLÜM

<b>İKTİDARLAŞMA DÖNEMİ</b> .....	111
<b>MÜSİAD'ın mesleki konsolidasyonu</b> .....	113
<i>Derneğe üyelik amaçlarının profesyonelleşmesi</i> .....	113
<b>28 Şubat ve Siyasal İslâm'dan kopuş</b> .....	116
<i>MÜSİAD "İslâmcı" yaftası yiyor</i> .....	116
<i>MÜSİAD'ın özerkleşmesi</i> .....	121
<i>Siyasal İslâm'dan uzaklaşma</i> .....	121
<i>Kurumsal kimliğin yeniden biçimlendirilmesi</i> .....	123
<b>Çok boyutlu Avrupalılaşıma</b> .....	125
<i>İslâm'la ilişkinin siyasal anlamda tarafsızlaştırılması</i> .....	126



Bir dönem “katı İslâmcı Avrupa şüpheliliği”: 1994-1998.....	128
28 Şubat sonrasında yaygınlaşan fırsatçı Avrupa taraftarlığı.....	129
Avrupa şüpheliliğine milliyetçi bir dokunuş.....	131
2005 sonrasında “esnek İslâmî Avrupa şüpheliliği”.....	132
<b>MÜSİAD’da ekonomi alanında Avrupalılaştırma</b> .....	137
Çalışma zihniyetlerinin Avrupalılaştırması.....	137
Avrupacılığın MÜSİAD örgütlenmesinde kurumsallaştırması.....	139
2001 ekonomik krizi ve konsolidasyon.....	141
<b>İslâmî burjuvazinin seçkinler sınıfına girişi</b> .....	145
<b>AKP ve siyasal konsolidasyon</b> .....	145
<b>Şirket sahiplerinin yerel eşrafla bütünleşmesi</b> .....	149
“Arkadaş piyasası” ve ekonomik sermayenin yaratılması.....	149
Etkin katılım: Mesleki alanda beşerî sermayenin kaynağı.....	152
Seçkinlerle biraradalık.....	154
Medyatikleştirme.....	157
<b>MÜSİAD seçkinlerinin sosyal hareketliliği</b> .....	158
İşadamlarının İslâmî sivil toplumu örgütlemeleri.....	159
AKP’de temsil bulan parti angajmanı.....	161
İşverenlerin korporatist angajmanı.....	163

### ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

<b>ÇALIŞMA RUHU</b> .....	167
<b>Yeni İslâmî burjuvazinin örgüt(lenme) kültürü</b> .....	168
<b>Çıkar grubunun maneviyatçı seçkinciliği</b> .....	169
<b>Ahlaklı işadamları topluluğu</b> .....	172
Ticaret ahlakı.....	173
Seküler ticaret ahlakı.....	173
İslâmî ticaret ahlakı.....	175
İslâmî imaj ile ticari profesyonellik arasında.....	177
<b>Kültürel bileşen: Anadolu muhafazakârlığı ve “manevi değerler”</b> .....	178
Dostane ilişkiler.....	179
<b>Yeni İslâmî burjuvazinin ruhu</b> .....	181
Aile ve toplumsal yeniden üretim mekânı olarak MÜSİAD.....	181
Gençlik kurulları: Yeni burjuva kuşakların oluşturulması.....	182
<b>Sebatkâr çalışma ve özgür irade</b> .....	185
İslâmî burjuvazinin kadere karşı tutumu.....	187

<i>İslâm ahlakı, "düzenli bir yaşamın" önekoşulu</i> .....	188
Düzenli bir yaşam:	
Genç İslâmî burjuvaların inşası projesi.....	190
<b>Araçsal mantıkla İslâm ahlakının eklememesi</b> .....	191
<i>Ahlak ve ekonomi</i> .....	191
<b>Rasyonel girişimciler</b> .....	194
Araçsal mantıkla İslâm ahlakının eklememesi.....	197
<b>Girişimci ahlakı</b> .....	201
Ekonomik vatanperverlik ve ihracatçı olma hedefi.....	202
İhracat için ihracat.....	204
<b>İşletme ahlakı olarak İslâm</b> .....	206
Ticaret kültürü olarak İslâm.....	207
MÜSIAD'ın kurumsallaştırdığı biçimiyle	
İslâmî işletme ahlakı.....	209
Ekonomi İslâmîleşiyor mu? Yeni İslâmî seçicilikler.....	210
<b>İslâm'ın ekonomik davranış biçimlerine eklememesi</b> .....	212
"Kazancım helal mi?".....	212
İslâm ve sektörel tercihler.....	213
İslâm ahlakı ve MÜSIAD'ın sektörel temsiliyeti.....	214
Meslek ahlakı olarak İslâm.....	215
İslâm ahlakının iş yaşamına girişi:	
Zorunluluk mu yoksa tercih mi?.....	217
<b>Mesleki ve ahlakî tercihlerin kesişim noktasında işe alımlar</b> .....	219
Mesleki değerlendirme.....	219
Müşteri memnuniyeti ve öznel değerlendirme.....	220
Aranan kişisel özellikler ve	
İslâmî açıdan ahlakî değerlendirme.....	221
<b>İslâm işadamlarına uluslararası sulara pusula oluyor mu?</b> .....	223
Uluslararası düzlemde MÜSIAD.....	223
Ekonomik ortaklık, İslâmî ilişki midir?.....	224
" Ticaret erbabı Yahudiler...".....	226
<b>Özel hayatla mesleki hayatın iç içe geçiş yeri olarak şirket</b> .....	227
İş ve aile.....	228
İşverenin yaşamının örgütlenişi: Entegre İslâm.....	229
İbadet saatlerine saygı.....	229
İşyerlerinde İslâmî görünürlükler.....	230
İslâmî seçiciliğin kadın görünümleri.....	232

Finansal alanda İslâmî seçicilikler.....	234
<i>Finansman stratejileri</i> .....	235
<i>İslâmî finans, geleneksel bir strateji mi?</i> .....	237
<i>Faizsiz bankacılık yoluyla kazanmak</i> .....	237
<i>MÜSİAD ve finans</i> .....	242
<i>İslâmî finansın kapitalist açımları</i> .....	244
<b>SONUÇ</b> .....	247
İslâmî burjuvazi, toplumsal dönüşümün yeni taşıyıcısı.....	247
Günümüzde İslâm'ın toplumsal yansıması olarak <i>İslâmî seçicilikler</i> .....	252
 KAYNAKÇA.....	 259



## ***Teşekkürlerimle...***

Bu uzun soluklu çalışmanın gerçekleşmesi ve kitaplaşmasında yanımda olan herkesi minnetle anıyorum.

Öncelikle kapsamlı bir saha araştırması gerçekleştirmemi sağlayan, 2007’de MÜSIAD Genel Sekreterliği görevini yürüten Sayın Nihat Alaylıoğlu’na ve aynı dönem Başkan Yardımcılığı yapan Sayın Ömer Cihat Vardan’a; bana değerli vakitlerini ayırıp hayatlarının penceresinden yakın Türkiye tarihini bir kez daha izlememe izin veren kurucu üyelere, şirketlerinin kapılarını açarak deneyimlerini ve görüşlerini paylaşan ve Anadolu sanayisinin dinamizmini hissetmemi sağlayan tüm değerli girişimcilere teşekkürlerimi sunuyorum.

Beş yıl boyunca bana toplumsal alana “bakmayı”, bugünün sosyolojisini yapmayı öğreten değerli hocam Prof. Nilüfer Göle’yi teşekkürlerimle selamlıyorum.

Son olarak, tüm mesleki ve hayat projelerimde yanımda olan başta annem ve babam olmak üzere tüm aileme ve dostlarıma sonsuz sevgilerimi iletiyorum.



## GİRİŞ

2011 yılında 16 Yakındoğu ve Ortadoğu ülkesinde gerçekleştirilen bir saha çalışmasında Türkiye %78'lik olumlu değerlendirme notuyla en itibarlı ülke olarak konumlandırılmıştı.<sup>1</sup> Ankete katılanların %66'sı ekonomik kalkınma, demokrasi ve toplumsal özgürlükler gibi konularda Türkiye'yi örnek gösteriyordu. Azgelişmişliğin temel kaygı olduğu devrim-sonrası Arap dünyasında, "İslâm yanlısı"<sup>2</sup> Recep Tayyip Erdoğan'ın Türkiye'si, gerek demokrasisi (%32) gerek ekonomik büyümesi (%25) sayesinde örnek alınacak bir ülke olarak betimlenmekteydi. Türkiye'nin Müslüman kimliği de katılımcıların %23'ü tarafından bir esin unsuru olarak belirtilmişti; her ne kadar Türkiye'yi model olarak görmeyenler bu kimliğin oldukça zayıf olduğunu belirtmiş olsa bile...

Arap dünyasından yükselen benzer değerlendirmeler de R. T. Erdoğan'ın Afrika-Ortadoğu-Orta Asya'nın *ağabeyi* olma tutkusunu destekliyor: Erdoğan'ın esas hedefi, ticari malların, hizmetlerin ve televizyon dizilerinin yanı sıra modernleşmeyle, ekonomik rasyonalizasyonla ve stratejik ortaklıklarla çelişmeyen, otantik olma iddiası taşıyan bir İslâmî kültürü ihraç etmek

1 TESEV, *Ortadoğu'da Türkiye Algısı*, İstanbul, 2012.

2 *Times*, 28 Kasım 2011.

gibi görünüyor. Bu ihracatın başarısı belirli bir özgürleşme modelinin temsilciliğini bölge adına gururla üstlenen yeni Türk İslâmî burjuvazisine dayanacak.

## **İslâmî burjuvazinin ortaya çıkışı**

Türkiye’de, bir yandan siyaset ve medya, diğer yandan piyasalar ve eğlence mekânları, yeni bir toplumsal grubun hızla yükselişine, ekonomik ve siyasal iktidar yapılarının içine kök salmasına tanıklık ediyor. Bu gruba genel olarak AKP (Adalet ve Kalkınma Partisi) burjuvazisi adı veriliyor çünkü AKP iktidarı sayesinde 2000’li yıllardan beri, büyüyen şirketleriyle piyasada, siyasi yönelimleri ve estetik beğenileriyle de kamusal alanda hâkim konuma yükselmiş durumda. Bu yeni burjuvazinin siyasal aygıtı olan AKP de, 12 Haziran 2011 genel seçimlerinde oyların %49,8’ini alarak kazandığı seçim zaferinin ardından üçüncü kez iktidarını pekiştirerek söz konusu hareketin azminin bir kanıtı adeta.

Bu, İslâmî bir burjuvazi; çünkü İslâmîleşmiş bir tüketim ile kendini ortaya koyuyor: pahalı markaların eşarplarıyla örtünen ve 4x4 otomobiller kullanan kadınlar, tesettür defileleri, lüks villaların Osmanlı ya da Mekke esintileri taşıyan iç dekorasyonları, sahillerinde haremlik-selamlık uygulamalarının deniz banyolarını meşrulaştırdığı beş yıldızlı tatil köyleri bu görünürlüğün en çok ses getiren unsurları.

Böylece, çoğunluğunu Müslümanların oluşturduğu bir ülkede kamusal alanın düzenlenişini değiştiren yeni bir ayrışma ilkesi ortaya çıkıyor. Artık her şeyin İslâmî yorumu mümkün: sivil toplumun, edebiyatın, müziğin, medyanın, dizilerin, ticaretin, mimarinin, tatillerin, moda defilelerinin, hatta *sosyete hayatının* bile...

İslâm böylece gösterişli bir hal alıyor ve bu hal, Mustafa Kemal Atatürk tarafından kurulan laik Cumhuriyet’le polemige girmeye başlıyor. “İslâmî” olan, “Müslüman” olandan farklı bir anlam kazanıyor ve yeni bir varoluş biçimini tanımlamak üzere her şeye iliştilir hale geliyor. Servet harcamanın yeni İsl-



lâmî biçimleri, bir tür milli kimlik sorununa dönüşüyor. Siyaset adamları, sosyologlar, iktisatçılar, “İslâmî” ve “laik” entelektüeller bu eşî benzeri görölmedik olguyu “açıklamak”, ona bir anlam atfetmek üzere televizyonlarda tartışmalara çağrılmaya başlıyor.

İslâmî burjuvazi kavramı bu yeni servet biçimleri kadar tartışma yaratıyorsa da bu adlandırma hiçbir kesime yar olmuş gibi görünmüyor. Bu kavram hem sınıfsız Türk toplumu fikrini savunan ulusalcı Cumhuriyet ahlakına hem de İslâm ahlakına meydan okur gibi. Hem ekonomik hegemonyalarına, hem de iyinin, güzelin ve doğrunun Batılı bir tarzda tanımlanması tekeline meydan okuyarak gelişip serpilipen bu grubun tehdidi altında olduğunu hisseden yerleşik düzenin laik seçkinlerini alllak bullak ediyor. Adalet ve eşitlik dini olarak İslâm ile servetin belirli ellerde toplanması arasında hiçbir bağıntı kuramayan dar gelirli emekçi sınıfları da rahatsız ediyor. İslâmî burjuvazinin egemenliğı, aynı zamanda İslâm’ın piyasa liberalizmiyle bu denli köklü bir biçimde iç içe geçmesini onaylamayan sol İslâmî entelektüellerin de eleştirilerine uğruyor. Onlara göre, burjuvazi kendine özgü bir bağlamda gelişmiş, tamamen Batılı bir kavramken İslâm, toplumsal adalet amacı güden bir dindir. Bir Müslüman, burjuva olamaz; İslâm’da burjuvaziye yer yoktur: Bunlar asla yan yana gelemeyecek iki farklı varoluş biçimidir. Öte yandan, liberal laik entelektüellere göre ise Müslümanlar burjuva olabilirler çünkü meşru yollardan edinilmiş servetin, aslen ticaret dini olan İslâm’da yeri vardır. İslâmî burjuvazi terimi, kendilerini alın teriyle yükselmiş, dinine bağılı “gerçek” Müslümanlar olarak gören, sahtekârlığın hüküm sürdüğü bir dünyada inançlarına sadık kalmaya ve küreselleşmiş bir dünyada ulusal ekonomik kalkınmada yer almaya çalıştığını iddia eden servet sahibi müminleri bile huzursuz ediyor. Son olarak, [bu durum] söz konusu olguyu aslında İslâmî hareketin Türkiye’yi “İslâmîleştirme” çabaları olarak gören Batılı entelektüeller arasında da kaygı uyandırıyor.

Tüm bu tartışmaların merkezinde ise isminin kısaltmasında yer alan “Mü”nün laikler tarafından kuşkuyla ve kendileri ta-

rafından ise gururla “Müslüman” sözcüğünün kısaltması olarak yorumlandığı işverenler örgütü MÜSIAD (Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği) bulunuyor. Bu kurum, özellikle derneğin kurucu başkanı Erol Yazar’ın 2009 Temmuzunda iki bin kadar MÜSIAD üyesi KOBİ sahibi hakkındaki sözlerinden sonra polemiklerin merkezine yerleşmiş durumda. “Ben buna yeni değil asli [burjuvazi] diyorum” diyor Erol Yazar ve Türkiye’nin gerçek burjuva sınıfı olduklarını vurguluyor. Türkiye’de sermayenin devlet eliyle oluşturulduğunu, Anadolu sermayesinin ise Batı’daki gibi kendi doğal sürecinde geliştiğini ve bu yüzden de en azından kavramsal olarak bu yeni sermayedarların Türkiye’nin gerçek burjuvazisi olduğu görüşünü paylaşan Yazar ekliyor: “TÜSİAD geçmiş, MÜSIAD gelecek demek.”

MÜSIAD 1990 yılında İstanbul’da İslâmî hareketle güçlü bağları olan bir ekonomik seçkinler topluluğu tarafından kuruldu. 2011 yılı rakamlarına göre milli gelirin %15’ini üreten ve 1.200.000’den fazla çalışanı bulunan, farklı ekonomik sektörlerden 2.700’ün üstünde işletme sahibini bünyesinde barındırıyor. Bu işletmeler özellikle Avrupa, Orta Asya, Ortadoğu ve Kuzey Afrika ülkeleriyle karşılıklı ticari ilişkileri sayesinde uluslararası ekonomiyle tümüyle bütünleşmiş durumda.

Büyük oranda Anadolu illerinde faaliyet gösteren KOBİ’lerden oluşan dernek, kendisini ülkenin ağırlıklı olarak İstanbul’da konuşlanmış 500 büyük şirketini temsil eden TÜSİAD’ın (Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği) en büyük rakibi olarak ifade ediyor.

Çıkar çatışması, kültürel ve ahlaki çatışmadan, dayanışma ve sosyallik biçimlerinin rekabetinden ayrı düşünülemez.<sup>3</sup> MÜSIAD, dindar Müslüman işadamlarını İslâmî bir iş ahlakı anlayışı etrafında topluyor. Söz konusu işadamları da, kendilerini ekonomi dünyasındaki diğer aktörlerden, özellikle de fazlaca Batılılaşmış ve rantçı olarak tanımladıkları TÜSİAD yönetiminden ayırıştıran bir simge olarak bu anlayışı sahipleniyor. Dolayısıyla MÜSIAD güçlü İslâmî etkiler taşıyan bir kültürel sermaye-

3 Thompson, Edward P., *La formation de la classe ouvrière anglaise*, Paris, Gallimard/Seuil, 1988, s. vi.

nin ve çalışma ahlakının taşıyıcısı olarak 1923 yılında Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşuyla benimsenen Batı tarzı modernleşmeden farklı bir toplumsal değişim modeli öneriyor.

Bu bakımdan, İslâmî burjuvazi bir çıkar grubu ve MÜSİAD da onun temsili örgütlenmesi olarak kavramsallaştırılabilir. Derneğin kurucu ve katılımcılarının sergilediği eylemlerin, oluşumdaki sosyo-kültürel dinamiklerin ve bu çıkar grubunun işleyişinin tarihsel-toplumsal bakış açısıyla ele alınması, günümüz Türkiye'sinin toplumsal, ekonomik ve siyasal tarihinin anlaşılması açısından bize önemli bir kapı açacaktır.

### **Araştırma konusu olarak işadamları**

Bu inceleme 2007 yılında MÜSİAD'ın beş kurucu üyesi ve bir başkan yardımcısının yanı sıra İstanbul'da ve ekonomik dinamizmi dolayısıyla seçilen Sakarya, Konya, Kayseri ve Antalya illerinde altmış dört üye ile gerçekleştirilen bir saha çalışmasının verilerine dayanıyor. Bu nitel çalışmaya paralel olarak, bütünlük bir yöntem benimsemek amacıyla niceliksel bir anket de yapıldı. Soru cetvelinde iş yaşamına, özel yaşama ve dernek yaşamı ile siyasal ve ekonomik sorunlara dair sorulara yer verildi.

Görüşmelerin tamamına yakını işletmelerde ve dernekte gerçekleştirildi. Mekânlar işadamlarının yaşamlarının uzamsal ve zamansal örgütlenişini, iş ortamlarının dekorasyonunu, işverenlerle çalışanlar arasındaki ilişkileri, giyim kuşam pratiklerini ve simgesel temsilleri incelemek amacıyla gözlemlendi. Söz konusu mekânlarda İslâm'a gönderme yapan birçok unsur bulunuyordu: Bu mekânlar İslâmî yaşam tarzının, bu işverenler topluluğunun estetik zevk ve değerlerinin sergilendiği bir sahne görünümündeydi. Katılımcı gözlemci deneyiminin sağladığı bilgiler, İslâmî burjuvazinin parçası olma olgusunun görünür ve edimsel (performatif) yönünü oluşturdu ve dolayısıyla araştırmamıza katkı sağladı.

Görüşülen üyeler kendileri adına çalışan, üretim unsurlarını ve değerlerini rasyonel bir örgütlenme süreci içinde bir araya getirip düzenleyen girişimci işadamları. Bu kişiler genellikle

şirketin ana sermayesinin de sahibi durumundalar. Genel olarak şirket kurucusu olan bu üyeler ya tek başlarına ya da hissedarlarıyla birlikte üretim araçlarını ellerinde bulunduruyorlar. Üretim araçlarının sahibi konumu bu grubu ekonomik olarak bir burjuvazi olarak tanımlamamızı gerektiriyor. Bu tanım ileride görüleceği gibi kültürel unsurların da devreye girmesiyle tüm sosyolojik anlamını kazanacak.

Araştırmamızda bu kişilerin bireysel ve mesleki hayat hikâyelerinden yola çıkarak, bu işadamları topluluğunun bir çıkar grubu<sup>4</sup> olarak sosyo-kültürel, siyasal ve ekonomik kurumsallaşmasını ele almaya çalıştık. İslâmî burjuvazi kavramı da bu kurumsallaşmayı işadamlarının eylemleri ve onları çevreleyen koşullar tarafından biçimlendirilen özgün bir toplumsal olgu olarak sorunsallaştırmamızı sağladı.

## Burjuvazi sorunu

Burjuva grupları, burjuvazinin oluşturduğu alan (Bourdieu'cü anlamda *champ*) içinde ortaya çıkarlar ve birbirleriyle rekabete girerek etkileşim ve rekabet içinde bulunur ve sahip oldukları sermayenin hacmi ve yapısı ile bu iki unsurun zaman içindeki evrimi uyarınca birbirlerinden ayrışırlar. Burada incelenen olgu, Türkiye'de burjuvazinin MÜSIAD bünyesinde örgütlenmiş olan işverenler kesimidir. Bu kesim, Türkiye'deki genel burjuva sınıfsal alanı içinde bir alt çıkar grubu oluşturur. Bu nedenle İslâmî burjuvaziyi tanımlama ve anlama çabasında sınıf kavramının yerine daha geçirgen ve dönüşüme açık çıkar grubu kavramını yeğledik. Söz konusu işverenler burjuvazisini oluşturmuş, çoğunluğu KOBİ patronu görüşmecilerimizin, İstanbul'da ve diğer büyük metropollerde yoğunlaşmış büyük sermaye sa-

---

4 Çıkar grubu kavramı, toplumsal alanda birtakım yakınlıklara ve çıkar birliği bilincine sahip bireylerin ortak çıkarlar etrafında örgütlenmesini anlatır. Çıkar gruplaşmasından farklı olarak üyeler ortak çıkarları için eyleme geçme iradesine, olanaklarına ve becerisine sahip bir özne oluştururlar. Bu tanım için iki kaynaktan esinlenilmiştir: Offerlé, Michel, *a.g.e.*, 1998; Bourdieu, Pierre, "L'espace social et la genèse des classes", *Actes de la recherche en sciences sociales*, 1984, Cilt 52, No. 1, s. 3-14.

hiplerine kıyasla ekonomik konumları ve kendilerini tanımlama biçimleri nedeniyle bilinçli bir çıkar birliği içinde oldukları görülür; bunun nedeni büyük sermaye gruplarıyla daha küçük ölçekli olanların ekonomik politikalara dair anlaşmazlıklarının yanı sıra bu şirket sahiplerinin İslâmî değerlere yaklaşımlarının farklılığına dayanan toplumsal güç ilişkileri ya da aralarındaki çıkar çatışmalarıyla ilgilidir. Bu karşılıklı-ayrışma aslında kültürel düzlemde gerçekleşir.

Kültürel ayrımlar burjuva alanı içinde çıkar gruplarını iki açıdan farklılaştırabilir: nesnel açıdan, kültürün somut yönüyle ve öznel açıdan da, kültürel ayrımların kamusal alanda etkileşime sunulmuş biçimleriyle. Nesnel kültürel yatkınlıklar, bir grubun toplumsal dokuda ayırt edilmesini sağlayabilir – 19. yüzyıl Osmanlı İmparatorluğu'nda Yahudi ve Hıristiyan tüccar ve aracılardan oluşan gayrimüslim burjuvazinin Müslüman toprak sınıfından ayrılması gibi. Bireyler kültürel özelliklerini öznel olarak kendilerine mâl ettikleri derecede, bu özellikler ait oldukları kimlik gruplarının ayırt edici simgelerini oluşturur. Bu öznelliklerin sosyolojik olarak anlam kazanmasının önkoşulu söz konusu toplumsal grubun, kendilerine bahşetmek istedikleri kimliği kamusal alanda somutlaştıracak biçimde kolektif olarak dışa vurulmalarıdır. Böylece sosyal öznelliklerini kamulaştırarak kendilerini dile getirir, hareket biçimlerini belirler, söylemlerini belirler ve toplumsal olarak var olurlar. İşte konumuz olan “Müslüman bir ülkede İslâmî burjuvazi” sorunsalı bu belirleyici öznellik üzerine inşa edilecek.

Dışsallaştırılmış öznellikler, toplumsal ayrımların oluşmasında bir etken olarak karşımıza çıkar. Kültürel unsurların biçim ve içerik açısından incelenmesi çıkar gruplarının oluşum dinamiklerini ve bunlardan kaynaklanan toplumsal değişimleri anlamak açısından oldukça gereklidir. Bir toplumsal grubun özgünlüğünü anlamak ancak içinde bulunduğu bağlamın sosyo-ekonomik belirleyenlerini ve diğer toplumsal gruplarla etkileşiminde kültürle kurduğu ilişkiyi inceleyerek mümkün olur. Grubun, kendi öznelliğini kamusallaştırarak nesnelleştirme-

si ve bu kültürel özgünlüğe göre kamusal alandaki konumunun koordinatlarını belirlemesi, kimliğiyle var olma çabasının önemli bir yönünü oluşturur.

Çoğunluğu Müslümanlardan oluşan bir toplum açısından bakıldığında, “Türkiye’de İslâmî burjuvazi” kavramı da böylece gerçek anlamına kavuşmuş olur. “İslâmî” nitelendirmesi, bu toplumsal grubun İslâm dinine dâhil olmasından kaynaklanmaz. Bu nitelendirme, kolektif mobilizasyonların toplumsal ve simgesel inşa sürecinde ve kendini temsil biçimlerinde İslâmî aidiyetin ayırt edici bir özellik olarak sahiplenilmesinden ileri gelir. Bu çalışmada benimsenen “İslâmî” kavramı, Müslüman olma halinden farklı olarak, aktörün İslâm diniyle kurduğu sahiplenici ilişkinin kamusal alanda dışavurumunu ifade eder.

İslâmî burjuvazi, belirli aktörlerin bilinçli bir inşa çalışmasının ürünüdür.<sup>5</sup> MÜSİAD, otuzdan fazla kente yayılan şubeleri sayesinde temsil ettiği çıkar grubunun kitleselleşmesinin, onun siyasi-manevi eğitiminin, ahlaki temsilinin, sosyo-kültürel entegrasyonunun ve kolektif bilinç üretiminin olanaklarını yaratır. Söz konusu araştırma, bu temel dinamikleri, Türkiye’nin 1970-2010 yılları arası ekonomi ve siyaset tarihi ve 1990 yılında MÜSİAD’ı kuran işverenlerin siyasal, ahlaki ve toplumsal organizasyon faaliyetleri ışığında inceleyecektir.

Türkiye’nin 1930’lardan beri devam eden otoriter laiklik tarihi, 1970’lerden itibaren İslâmî hareketlerin gelişmeye başlaması, 1999 yılından sonra ekonomide liberalleşme ve dünya ekonomisiyle bütünleşme ve Avrupa Birliği’ne katılım süreçleri incelememizin bağlamını oluşturan temel unsurlardır. Aktörlerin bu bağlama katkıları ise İslâmî hareket içinden gelen seçkinlerin ekonomik alanda kolektif bir biçimde mobilize olmaları, işverenler alanında büyük İstanbul sermayesi ile rekabete girecek ölçüde kurumsal bir yapıya kavuşmaları ve rasyonel aktörler olarak işadamlarının İslâm’ı ahlaki öncül ve toplumsal-ayırt edici simge olarak benimseyen bir çıkar grubu biçiminde yeniden üretimi olmuştur.

5 A.g.e., s. 377-378.

Ortak çıkarlar (ekonomik olsa dahi) toplumsal anlamda kendiliğinden var olmazlar; bunlar ancak söz konusu çıkarları bir arada tutma bilincine sahip aktörler tarafından ifade edildiği ve bu çıkarların kamusal olarak savunulmasını sağlayacak siyasal, finansal, toplumsal<sup>6</sup> kaynaklara sahip olunması durumunda var olurlar. Ortak çıkarın yapılandırılması, dile getirilişi, amaç olarak benimsenmesi, oluşmakta olan grubun siyasal ve simgesel temsil meselesinin özünü oluşturur.

MÜSİAD aslında bir topluşma, etkileşim ve sosyalizasyon mekânı olmanın yanı sıra ayrıca ortak bilinç üretimini mümkün kılan bir kolektif eylem aracıdır. Dernek “ilgilileri bir araya getiren ve onları kendi çıkarlarıyla ilişkilendiren”<sup>7</sup> karmaşık bir toplumsal mekanizmanın kalbinde yer alıyor. Dar anlamıyla, büyümekte olan KOBİ sahiplerinin çıkarlarını kamusal alanda temsil etmeyi hedefleyen bir çıkar grubunu<sup>8</sup> ifade ediyor. Dernek aynı zamanda, yeni iş sahaları, yeni girişimler ve zenginlik yaratarak ulusal ekonomik kalkınmaya hizmet ettiğini öne süren işverenlerin vatanperverlik değerlerine ve İslâmî çalışma ahlakına prestij atfeden bir ahlaki statü grubu oluşturuyor. Dolayısıyla MÜSİAD’ın kurucuları ve yetkilileri bir “etkin azınlık”<sup>9</sup> olarak düşünülebilir: Bu kişiler, İslâmî burjuvazinin cemiyet seçkinleri ve bu çıkar grubunun oluşmasında öncü aktörlerdir.

## İslâm’la kurulan ilişkiyi incelemek

Türkiye’de yeni İslâmî burjuvazinin ortaya çıkışında İslâm’la kurulan ilişki nasıl ve ne şekilde görünürlük kazanır? Çalışmamızda İslâm’ın aktörler tarafından algılanma, deneyimlenme ve dışavuruluş biçimleriyle eylem ve temsiller üzerindeki etkileri, tarihle ve sosyal bağlamla ilişkilendirilerek çeşitlilik arz eden

6 Grossman, Emiliano, Saurugger, Sabine, *Les groupes d'intérêt. Action collective et stratégie de représentation*, Paris, Armand Colin, 2006, s. 14.

7 Offerlé, Michel, *Sociologie des groupes d'intérêt*, Paris, Montchrestien, 1994, 2. baskı., 1998, s. 44.

8 Grossman, Emiliano, Saurugger, Sabine, *a.g.e.*, s. 11.

9 Thompson, Edward P., *a.g.e.*, 1988, s. 451.

sosyal bir olgu olarak ele alınacak. İslâm'la kurulan ilişki aktörlere bir algı şeması, simgeler dünyası ve manevi ufuk çerçevesi<sup>10</sup> sunmaktadır. Bu ilişki aynı zamanda kamusal alandaki eylemlere anlam veren, seferberliği motive eden bir ortak nokta ve aktörlerin toplum sahnesinde kendilerini diğer sosyal gruplardan farklılaştırarak konumlandırmalarını sağlayan bir üstünlük simgesi olarak karşımıza çıkıyor.

## Terminoloji meselesi

İslâm'ın yeni görünümleri sosyal bilimlerde bir kavramsallaştırma ve adlandırma sorununa yol açıyor.<sup>11</sup> “Müslüman”, “İslâmî” ve “İslâmcı” terimleri, İslâm'la ilişkili toplumsal hareketleri ele alan çalışmalarda kimi zaman birbirinin yerine geçecek şekilde kullanılıyor olsa da çoğunlukla farklı biçimlerde tanımlanıyor. Dolayısıyla Türkiye'nin bu yeni burjuvazisini tanımlamak için neden “İslâmî” nitelemesini seçtiğimizi açıklamak son derece önemli.

“İslâm” sözcüğünün analitik bir kavram olarak Müslüman toplumdaki sosyal hareketleri açıklamada gerekli ve yeterli olduğunu kabul eden kullanımı son derece yanıltıcıdır.<sup>12</sup> “Müslüman” sözcüğü bir kültür ve/veya dinî inanç ve pratikler ve/veya ruhanilik anlamında İslâm dinini yaşayan ve ona bağlı olan bireyleri niteler. Kendini Müslüman olarak tanımlamak, ne bir dindarlık ne bir ideolojik yönelim ne de İslâm'la ilişkili siyasi bir angajman ifadesidir. Bu yüzden ancak *kişiler* Müslüman olabilirler; toplumsal olaylar, politikalar, örgütler ya da devletler değil... ve Müslümanların gerçekleştirdiği hareketler ya da benimsedikleri siyasi davalar mutlaka dinî kimlikleriyle bağlantılı olmak zorunda değildir.

10 Geertz, Clifford, “La religion, sujet d'avenir”, Wiewiorka, Michel (der.), *Les sciences sociales en mutation* içinde, Auxerre, Editions Sciences humaines, 2007, s. 429.

11 Göle, Nilüfer, “L'İslâm à la rencontre des sciences sociales”, Wiewiorka, Michel (der.), a.g.e. içinde, s. 419.

12 Ismail, Salwa, *Rethinking Islamist Politics*, Londra, New York, I. B. Tauris, 2003, s. 10.